
Eksistensi Simbolik Aktivisme Komunikasi Politik (Abdul Halik)

**EKSTENSI SIMBOLIK
AKTIVISME KOMUNIKASI POLITIK
(Refleksi Pertukaran Songkok Bone Jokowi dan Blangkon Jusuf Kalla
pada Sidang Tahunan MPR, 16 Agustus 2017)**

Oleh : Abdul Halik

Dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Program Pascasarjana
UIN Alauddin Makassar

Abstract;

The objective classical approach dominates the theory and research of political communism. However, the increasingly dynamic practice of political communications encourages the emergence of other, more interpretive and subjective views. In practice, political communication activism takes place in diverse cultural contexts and therefore a variation of symbols in conveying political messages is required. The symbols of non-verbal communication are now being used by political actors not only as a complement to verbal communication, but the message-code choices are equally important in the process of political communication.

Kata Kunci: Komunikasi non-verbal, bingkai kebudayaan, politik kontemporer.

A. Dinamika Media, Informasi Politik, dan Partisipasi Politik

Kajian komunikasi politik belakangan ini semakin ramai dilakukan oleh para peminat dan ilmuwan komunikasi. Tujuannya untuk kepentingan akademik dan praktis. Kajian komunikasi politik telah menunjukkan perkembangannya yang berarti tidak saja dalam hal cakupan dan substansi isu, tetapi juga dalam perspektif dan jenis metodologi penelitiannya. Beragamnya cara pandang dan penggunaan metode penelitian dalam kajian komunikasi politik antara lain didorong oleh kontribusi beragam teori dan metode keilmuan sosial yang terkait dengan bidang komunikasi politik. Pendekatan penelitian kuantitatif, kualitatif, dan metode kombinasi mewarnai perkembangan kajian komunikasi politik di berbagai perguruan tinggi dan lembaga-lembaga riset yang berkepentingan pragmatis.

Komunikasi politik merupakan aktivitas pendistribusian nilai-nilai dan penyampaian simbol-simbol politik. Bentuk hubungan antara komunikasi dan politik tampak pada penyajian makna bagi ide-ide politik, mendefinisikan kedudukan dan fungsi lembaga kekuasaan negara, dan mempromosikan citra kepemimpinan. Format dan substansi simbol-simbol politik

tersebut juga variataif. Munculnya kecenderungan baru untuk melihat fenomena dan aktivitas komunikasi politik dari sudut pandang interpretif dan simbol non-bahasa menunjukkan semakin berkembangnya bidang komunikasi politik.

McQuail (1992) mendefinisikan komunikasi politik sebagai semua proses penyampaian, pertukaran, dan pencarian informasi – termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan dan seterusnya, yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga (Pawito, 2009: 2). Brian McNair (2003: 3) mengidentifikasi komunikasi politik sebagai: (1) Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor-aktor politik untuk mencapai tujuan khusus.(2) Komunikasi yang ditujukan pada aktor-aktor politik oleh golongan non-politisi seperti pemilih dan kolumnis surat kabar. (3) Komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang terdapat di laporan beritadan editorial media massa serta bentuk-bentuk diskusi lain tentang politik.

Komunikasi politik digiatkan oleh para politisi, profesional, dan aktivis dengan menggunakan beragam simbol dan kode. Simbol dan kode tersebut diformulasi dalam konteks interaksi di antara para elit dan publik. Mereka menandai (*encoding*) kepentingan dan tuntutan politik dalam konteks budaya yang beragam dan berlapis. Agar tuntutan dan kepentingan politik dapat diartikulasikan dengan baik dan mendapat penerimaan secara tepat (*decoding*), dibutuhkan akumulasi kode yang dapat menerjemahkan makna pesan yang dimaksudkan. Praktek komunikasi politik tidak saja mengandalkan kodel formal bahasa dengan model terukur, tetapi juga dengan kode-kode kultural lainnya yang lebih cair.

Pesan-pesan politik disampaikan elit kepada publik atau sebaliknya dapat dilakukan secara langsung ataupun menggunakan media massa. Pesan-pesan politik melalui media massa, adalah pesan-pesan yang sudah dikonstruksi oleh lembaga media bersangkutan, sehingga berpotensi dimanipulasi. Pesan-pesan politik tersebut diterima oleh elit atau publik sebagai kerangka referensi pengetahuan mereka. Pada tingkat publik, pesan-pesan tersebut menjadi dasar penting bagi sosialisasi politik. Pada tingkat elit, pesan-pesan tersebut dapat dijadikan bahan baku yang penting bagi perumusan kebijakan publik. Dengan demikian, media massa dituntut untuk menyalurkan pesan-pesan politik secara substantif dalam rangka memainkan fungsinya pada mekanisme komunikasi politik. Namun, pesan-pesan politik

tersebut sangat mudah dimanipulasi dan diarahkan oleh kepentingan-kepentingan di sekitar media untuk mewujudkan keinginannya.

Peran klasik yang dimainkan media massa dalam konteks komunikasi politik terutama diorientasikan untuk memperoleh dukungan politik tertentu dan pembangkitan partisipasi politik bagi publik secara umum. Partisipasi politik merujuk pada keikutsertaan warga negara baik secara individu maupun kelompok dalam proses-proses politik secara sukarela. Keikutsertaan yang dimaksud adalah upaya mengartikulasikan kepentingan, tanggapan, saran, tuntutan dan aspirasi berkenaan dengan alokasi sumber daya publik sesuai ketentuan peraturan serta norma-norma yang berlaku dalam konteks masyarakat demokratis (Pawito, 2009: 300).

Media massa memiliki posisi sentral dalam mekanisme komunikasi politik pada masyarakat modern. Media massa menyebarluaskan informasi politik dari elit-elit politik kepada publik melalui pemberitaannya yang massif. Media massa juga dimanfaatkan oleh publik untuk menyampaikan ekspresi, kehendak, protes atau tuntutan-tuntutan kepada kekuasaan negara. Di samping itu, media massa dapat menanamkan pengaruhnya baik bagi publik, maupun bagi kelompok kekuasaan negara. Media melaporkan isu-isu publik yang dianggap penting dan terseleksi agar publik mengikuti orientasi prioritas pentingnya isu menurut media.

McNair (2003: 12) mengidentifikasi fungsi media massa dalam komunikasi politik, yakni: (1) Memberi informasi kepada masyarakat mengenai kejadian di sekitarnya. Media komunikasi berfungsi mengamati dan memonitoring peristiwa dalam masyarakat. (2) Memberi pendidikan kepada masyarakat mengenai pentingnya fakta atau kejadian dalam masyarakat. (3) Media berfungsi sebagai wadah untuk menampung persoalan-persoalan politik sehingga menjadi wacana dalam membentuk opini publik, dan menyebarkan kembali opini tersebut kepada masyarakat. (4) Mempublikasikan isu-isu publik kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik. Media dapat berfungsi sebagai anjing penjag (*watchdog*) dalam masyarakat. (5) Media sebagai saluran advokasi bagi kebijakan publik dan program-program lembaga politik.

Dalam komunikasi politik, media tidak saja menjadikan sarana diseminasi informasi dan citra, tetapi juga dapat memposisikan diri dalam siklus pembentukan opini publik atau isu

yang berkembang dalam masyarakat. Hal ini berkaitan dengan cara pandang media dalam melihat peristiwa politik sebagai realitas dalam masyarakat. Realitas politik yang dikonstruksikan media massa merupakan pembenaran atas nilai-nilai yang ada, bersifat subyektif, dan bias. Kaid (1991) mengidentifikasi tiga kategori dalam melihat realitas politik, seperti yang dikutip McNair (2003: 12-13), yakni: (1) Realitas politik obyektif, melihat peristiwa politik terjadi secara aktual apa adanya, (2) Realitas politik subyektif, memandang realitas politik seperti yang dipersepsi oleh para aktor-aktor politik dan warga negara, dan (3) Realitas politik yang dikonstruksi, melihat peristiwa politik dimaknai sebagai liputan media.

Informasi yang diterima publik dari media massa sering dimanfaatkan sebagai sumber referensi penting dan utama bagi publik dalam memahami, menginterpretasi, dan bersikap terhadap isu-isu aktual. Hal ini menandakan kuatnya potensi pengaruh yang dimiliki media massa bagi pembentukan opini publik. Interaksi di antara media, publik, dan pengambil kebijakan berlangsung dalam mekanisme komunikasi politik yang dinamis. Pengambil kebijakan dapat memanfaatkan diskursus publik mengenai isu-isu publik tertentu melalui media massa sebagai masukan bagi substansi dan proses atau mekanisme perumusan kebijakan publik agar memperoleh legitimasi publik. Media massa juga mengambil keuntungan dari diskursus publik tersebut sebagai komoditas berita yang mendatangkan keuntungan bagi institusinya. Sementara publik memiliki kesempatan yang lebih terbuka untuk mengekspresikan sikap dan kepentingan-kepentingan mereka melalui ketersediaan sarana informasi seperti media massa. Dengan demikian, media massa dianggap penting dalam proses politik sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan politik dari warga negara kepada para pemimpin atau elit politik.

Namun, interaksi antara publik, penguasa, dan media tidak selalu berlangsung dalam suasana yang normal dengan memperhatikan keseimbangan pemenuhan kepentingan masing-masing. Manipulasi informasi dapat dilakukan oleh penguasa untuk mengamankan dan mempertahankan *status quo* kekuasaan. Media dapat menggunakan potensinya dengan memanipulasi informasi untuk kepentingan bisnis atau politis yang diembannya. Sementara publik juga dapat memanfaatkan media massa untuk mendesakkan kepentingan-kepentingannya sendiri. Jika benturan kepentingan antara penguasa, media, dan publik tidak dapat ditoleransi secara produktif, akan menimbulkan makin meluasnya manipulasi informasi

yang mengakibatkan terjadinya pembohongan publik dan berkonsekuensi bagi semuanya legitimasi publik.

Partisipasi politik dirujuk pada keterlibatan rakyat dalam proses pengambilan keputusan politik. Partisipasi politik warga akan terwujud dari kesadaran politik yang dimilikinya berkenaan dengan relasi antara kekuasaan negara dan warga negara. Partisipasi politik menunjukkan adanya dukungan rakyat terhadap keputusan publik yang dirumuskan oleh lembaga-lembaga politik formal. Partisipasi politik rakyat tidak saja diwujudkan dalam keikutsertaannya dalam mengikuti aktivitas politik penting seperti pemilu, tetapi juga dalam memberikan tuntutan dan evaluasi terhadap kebijakan publik. Komunikasi politik dalam negara demokrasi hendaknya mengupayakan partisipasi aktif warga negara dalam prosedur dan evaluasi pengambilan keputusan publik, misalnya dalam hal perumusan hukum dan kebijakan publik.

Dalam konteks komunikasi politik, partisipasi politik dimaksudkan untuk memperoleh legitimasi publik yang lebih kuat terhadap hukum atau kebijakan yang diputuskan. Partisipasi politik warga negara dapat menggunakan ruang publik politis sebagai arena melakukan praktek atau aktivitas politik, seperti melalui saluran media massa, organisasi-organisasi non-pemerintah, diskusi-diskusi publik, atau melalui gerakan mahasiswa. Partisipasi politik juga berkaitan dengan pengetahuan dan kesadaran politik yang dimiliki warga negara. Sosialisasi politik akan mendorong partisipasi politik warga negara. Sosialisasi politik tersebut dapat dilakukan melalui pemanfaatan media massa.

Abramson (1995) dan Hardwick, (1996) seperti yang dikutip Pawito (2009: 298-300), mengidentifikasi dua jenis partisipasi politik, yakni (1) Partisipasi politik konvensional, misalnya dalam memberikan suara dalam pemilihan umum, ikut dalam kegiatan kampanye politik, bergabung dalam kelompok kepentingan tertentu, melakukan lobi-lobi politik, dan menjadi kandidat politik tertentu. (2) Partisipasi politik tidak konvensional merujuk pada berbagai kegiatan yang cenderung melibatkan banyak orang dalam suatu bentuk kelompok massa dan terkadang disertai pelanggaran tertib hukum dan tindakan kekerasan.

B. Fenomena Aktivisme Komunikasi Politik Kontemporer

Dalam beberapa dekade terakhir, negara demokrasi maju seperti AS mengalami kecenderungan penurunan konsumsi berita media konvensional. Beberapa penelitian

menunjukkan bahwa menurunnya kesadaran dan partisipasi politik warga beriringan dengan kecenderungan menurunnya konsumsi media berita tradisional dan isu publik. Para peneliti menyimpulkan bahwa terdapat kecenderungan warga mengalihkan konsumsi konten media ke *genre* hiburan. Robert Putnam (2000) bahkan menyimpulkan bahwa media hiburan bertindak paling baik sebagai pengalihan dari politik. Bagi Putnam, meningkatnya frekuensi dan durasi mengkonsumsi *genre* hiburan, terutama di kalangan muda, dianggap sebagai sumber utama menurunnya ‘modal sosial’ (Carpini dalam Semetko dan Scammell, 2016: 7).

Di sisi lain, konten media yang bersifat “berita” dan yang “hiburan” semakin kabur. Keduanya bisa saling melengkapi. Para produser televisi memproduksi konten yang diberi label “informasi” namun juga menyertakan unsur hiburan. Konten media yang secara substansial bersifat informasional, kerap dilengkapi dengan unsur hiburan yang awalnya hanya sebagai “pembangkit daya tarik” khalayak. Dewasa ini, unsur suplemen tersebut cenderung semakin memperoleh tempat dalam bingkai konten informasional. Begitu pula di sisi lain, konten hiburan juga memuat substansi informasi yang kehadirannya terkadang tidak sekedar sebagai pelengkap struktur konten program. Hal ini mendorong para peneliti komunikasi massa untuk mengidentifikasi serta membandingkan kekuatan pengaruh yang ditimbulkannya bagi khalayak. Para peneliti kuantitatif tetap menempatkan tingkat pengaruh yang tidak persis sama di antara kedua sifat konten media tersebut. Bahkan beberapa peneliti memberlakukan media dan konten hiburan tidak relevan jika dikaitkan dengan pengaruh yang berdimensi politik pada warga.

Seiring dengan semakin banyaknya konten yang terkait politik dalam *genre* media hiburan, perhatian peneliti juga menunjukkan perkembangan berarti dalam studi mengenai pengaruh penggunaan media hiburan terhadap keterlibatan warga dalam pandangan, sikap, praktik politik, dan demokrasi. Perhatian media pada elit politik tidak hanya dalam hal apa yang mereka katakan tetapi juga bagaimana mereka mengatakannya, serta penggunaan simbol-simbol non-verbal lainnya. Media tidak lagi hanya disibukkan oleh program yang berusaha mengungkap tafsir atau makna dari pernyataan tokoh politik, tetapi juga di mana mengatakannya, dengan siapa, kapan, pakaian apa yang dikenakan, dan suasana seperti apa yang terjadi (konteks).

Perbincangan mengenai perilaku non-verbal para politisi cenderung dikemas secara lebih santai dan menghibur. Meskipun demikian, makna-makna sosial-politik yang dikonstruksinya tidaklah kalah penting dengan program yang lebih serius dan formal. Suasana santai dan rileks diproduksi oleh konten media yang lebih menghibur, walaupun tetap dengan muatan politis.

Meskipun sifatnya simbolik dan “ringan”, pertukaran artefak kebudayaan, seperti pakaianadat daerah oleh elit politik atau “orang terpenting” merupakan fenomena yang menarik dalam komunikasi politik. Penggunaan baju adat Bugis oleh Presiden Jokowi (etnik Jawa) dan pakaian adat Jawa oleh Wapres Muh. Jusuf Kalla (etnik Bugis) pada Sidang Tahunan MPR RI, 16 Agustus 2017, bisa dimaknai bukan hanya sebagai pertunjukkan yang disemangati oleh kemajemukan Indonesia secara kultural, tetapi juga oleh latar politis. Peristiwa tersebut dipublikasikan dan dimaknai media massa dalam berbagai program.

Pertukaran mengindikasikan beberapa hal atau kemungkinan. Salah satu di antaranya adalah sikap saling menerima dan menunjukkan keberagaman. Penggunaan pakaian adat daerah oleh presiden dan wakil presiden dalam acara resmi kenegaraan seperti Sidang Tahunan MPR RI adalah hal yang baru. Tidak ada presiden dan wakil presiden sebelumnya melakukan hal yang sama. Presiden Jokowi dan wakil Presiden Jusuf Kalla dikesankan membuat suasana baru yang berbeda dari pemimpin sebelumnya. Mereka dicitrakan oleh media sebagai pasangan pemimpin yang lebih kreatif, inovatif, dan lebih menghargai kebhinnekaan. Hal ini dapat ditafsirkan lebih lanjut bahwa ada kemajuan penting dalam hal perilaku politik untuk menjadi contoh bagi pemegang kekuasaan di jajaran yang lebih rendah. Fenomena ini juga mendorong sikap reflektif seluruh elemen bangsa untuk lebih toleran dan dapat mengamalkan Pancasila secara sungguh-sungguh.

Peristiwa ini menjadi demikian menarik dan perbincangan publik, baik di dunia nyata, maupun melalui media sosial. Perbincangan hangat ini antara lain dimungkinkan juga oleh siapa aktor yang terlibat (*name make news*) dan konteks peristiwa (*political event*). Seandainya yang bertukar pakaian adat daerah adalah dua orang penduduk sipil biasa yang berasal dari etnik Jawa dan seorang etnik Bugis, tidak akan menjadi perbincangan publik apalagi viral di media sosial. Persitiwa ini menjadi bahan perbincangan menarik bisa juga karena konteksnya. Jika Presiden Jokowi menggunakan songkok Bone (pakaian adat etnik

Bugis) dan Wapres Jusuf Kalla memakai blangkon (penutup kepala etnik Jawa) dalam rangka mengikuti acara biasa, misalnya menghadiri resepsi pernikahan seorang warga atau kerabat mereka, isunya juga tidak akan “seramai” saat presiden dan wapres mengikuti acara resmi kenegaraan.

Waktu dan ruang merupakan bahasa komunikasi yang mengandung pesan. Bahasa merupakan sesuatu yang paling teknis dari sistem pesan. Menurut Hall waktu dan ruang tidak hanya memengaruhi komunikasi tetapi membawa dampak yang sangat besar terhadap komunikasi (Alo Liliweri, 2016: 85). Menurut Hall, semua masyarakat mengakui kalau bahasa sebagai “cetakan pikiran manusia” di mana “pikiran” itu bisa hadir dalam bentuk perilaku maupun kata-kata yang terungkap maupun tertulis berdasarkan kebudayaan (Alo Liliweri, 2016: 86).

Kebudayaan mengandung makna yang sangat luas dan menyentuh seluruh sendi kehidupan manusia. Kebudayaan menembus waktu di masa lampau dan meneropong tempo di masa depan. Aktivitas dan peristiwa sosial politik tidaklah terpisah dari sistem kebudayaan dan pranata sosial yang hidup dalam masyarakat. Tindakan komunikasi para politisi secara khusus, dan warga negara secara umum, tidak hanya menunjukkan ekspresi kepentingan artikulatifnya secara pribadi atau kelompok/organisasi politik formal, tetapi juga merepresentasikan warna kebudayaan yang menaunginya. Simbol kebudayaan dalam aktivisme politik sangat variatif, baik dari segi format, kepentingan, level, dan orientasi ideologisnya. Simbol-simbol tersebut dipertukarkan dan dipertunjukkan dalam performa budaya, baik di ruang privat maupun di ruang publik. Pakaian salah satunya. Pakaian merupakan penanda paling awal yang teridentifikasi melalui indera visual manusia. Di samping memproduksi kesan lebih awal, juga mendorong dan memfasilitasi tindakan komunikasi berikutnya. Pada tingkat yang lebih makro, pakaian adalah representasi kelompok yang dapat terbaca sebagai ikatan kuat dengan pendukungnya. Jika hal ini dibawa ke wilayah komunikasi politik, maknanya menjadi semakin beragam.

Dari aspek aktor sosial, saat ini Jokowi dan Jusuf Kalla adalah orang terpenting di Indonesia. Daya tariknya sangatlah besar bagi warga negara Indonesia. Dari sisi *setting* peristiwa, Sidang Tahunan MPR RI adalah format diskursus formal paling bergengsi di

Indonesia. Momentum tersebut memproduksi kebijakan-kebijakan penting yang legitim dan berkaitan dengan hayat hidup warga negara.

Dalam teori pertukaran sosial, pertukaran langsung dipandu oleh norma resiprositas, bahwa jika seseorang menerima sesuatu dari pihak lain, maka ia wajib untuk membalasnya, meskipun di waktu yang tidak bersamaan. Secara praktis, dalam konteks politik uang (*money politics*), jika seorang warga negara yang memiliki hak suara dalam aktivitas politik seperti pemilu atau pilkada mendapatkan bingkisan berupa materi atau uang dari kandidat politik, maka ia dituntut untuk menghormati dan mendukung kandidat tersebut. Jika tidak, maka menurut logika teori pertukaran sosial ini, sang kandidat politik tersebut diperlakukan secara tidak adil oleh individu bersangkutan. Selalu ada harga atau pengorbanan yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh. Jika pertukaran ini sukses, maka akan menghasilkan jalinan interaksi sosial yang stabil. Stabilitas inilah yang secara potensial merusak tatanan nilai sosial positif karena kecenderungannya mengubah arti penting pertukaran. Misalnya pandangan yang menempatkan pemenuhan kebutuhan personal di atas resiprositas (Littlejohn dan Foss, 2016: 1076). Terjadi proses reduksi kebersamaan, tindakan saling menghargai dan saling menghormati karena desakan kepentingan sepihak. Dari sinilah sumber kecurangan tindakan berasal. Pada praktiknya, pertukaran menjadi instrumen bagi kemenangan dalam kompetisi dalam segala cara, termasuk menjatuhkan atau mengorbankan pihak lain secara tidak *fair*.

Ekses negatif lainnya yang mungkin dimunculkan oleh sikap hanya memperhitungkan kepentingan sepihak saja dalam teori pertukaran sosial adalah toleransi pada level yang lebih besar dalam hal deviasi norma yang terjadi. Aspek-aspek moral-etis seperti norma budaya secara potensial dipandang menjadi penghambat bagi terpenuhinya kebutuhan untuk bisa bertahan dan atau potensi mengembangkan serta menggandakannya. Oleh karena itu, dibutuhkan sikap yang lebih terbuka untuk menerima keganjilan-keganjilan etis yang menjadi rangkaian proses pertukaran tersebut. Teori ini menjelaskan bahwa kepentinganlah yang lebih utama dalam suatu interaksi sosial. Semakin tinggi level interaksi yang terjadi, menunjukkan tingginya volume dan intensitas pertukaran sosial yang dilakukan individu dalam lingkungannya. Kecenderungan ini justru diikuti oleh sikap yang lebih banyak menerima pelanggaran norma sosial.

Teori pertukaran sosial menjelaskan sifat materialisme manusia dalam hubungan sosialnya. Hubungan tersebut difasilitasi oleh simbol-simbol komunikasi, di antaranya bahasa. Bahasa menyambungkan satu gagasan dengan gagasan lainnya, menukar pandangan dengan pandangan lainnya. Bahasa memiliki kemampuan penjelasan yang tidak dimiliki oleh jenis tanda lainnya. Bahasa dapat menyederhanakan hal yang kompleks, menjelaskan yang kabur, menunjukkan orientasi tertentu, mengidentifikasi, menyimpan, dan mengekspresikan perasaan.

C. Bingkai Kebudayaan dalam Komunikasi Politik

Manusia dari berbagai kebudayaan di dunia menempuh banyak cara untuk menyatakan ide atau gagasan, identitas, pandangan dunia atau orientasi hidup, mendeskripsikan manusia, benda atau peristiwa tentang kebudayaan mereka (Liliweri, 2014: 294). Pikiran dan tindakan manusia melalui atau memakai simbol, tanda, ikon, kode, dan indeks. Menurut Palczewski (2012) dalam Liliweri, (2014: 294), simbol memfasilitasi pemahaman tentang dunia di mana manusia hidup, dia berfungsi sebagai dasar bagi manusia untuk membuat penilaian. Simbol-simbol tersebut saling melengkapi antara yang verbal dan non-verbal. Interaksi melalui pesan verbal cenderung jamak dalam masyarakat dan menunjukkan tingkat kognisi tertentu. Sementara komunikasi non-verbal lebih natural dan kontekstual. Komunikasi non-verbal dalam prakteknya bisa disengaja, bisa juga tidak disengaja.

Menurut Edward Twitchell Hall (1976) manusia hidup dalam kebudayaan. Kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari ruang dan waktu. Melalui ruang dan waktu, kebudayaan diceriterakan melalui warisan dari generasi ke generasi. Fungsi pelestarian kebudayaan dijalankan oleh aktivitas komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteksnya. Tujuannya agar manusia dan budayanya selalu terjalin hubungan yang harmonis. Komunikasi juga memainkan peran sebagai penyelamat kebudayaan dari keterpisahan antargenerasi. Manusia mengisi kehidupannya melalui kebudayaannya saat ini. Kebudayaan tersebut dipelajari dari generasi sebelumnya, dikembangkan, dirawat, dan diadaptasikan dengan konteks dan kebutuhan manusia. Ekspresi komunikasi manusia diwujudkan dalam bentuk kode-kode verbal dan non-verbal. Salah satu tipe komunikasi non-verbal yang sangat familiar

dengan kehidupan sosial-budaya manusia adalah tampilan, di antaranya melalui pakaian (model dan warna). Pakaian tidak saja berfungsi untuk melindungi manusia dari lingkungan alam seperti cuaca, menunjukkan sisi kemanusiaan dan kesosialan, fungsi-fungsi etis-religius, tetapi juga menjadi penanda identitas pribadi dan kelompok. Dalam hal identitas kelompok, pakaian adalah penciri yang utama.

Meskipun Hall memandang komunikasi verbal dan non-verbal sama pentingnya dalam interaksi sosial, Hall justru lebih banyak mempelajari komunikasi non-verbal daripada komunikasi verbal. Komunikasi dipandang sebagai aktivitas yang dengannya kebudayaan hidup, berkembang, dan lestari. Tidak semua hal yang terjadi atau dilakukan manusia di dunia dapat diceriterakan dengan baik dan utuh melalui bahasa verbal. Dengan demikian, bahasa atau kebudayaan berpotensi menyembunyikan hal-hal yang tidak bisa diungkapkan melalui bahasa. Jika demikian, dibutuhkan format pesan komunikasi yang tidak harus berbentuk verbal, agar pemahaman manusia mengenai realitas kehidupannya lebih kompleks. Format pesan yang dimaksudkan Hall disebut "*the silent language*" (Liliweri, 2016: 84). Kehadiran bahasa senyap dalam aktivitas komunikasi manusia tidak hanya dipandang sebagai pelengkap bagi bahasa verbal, tetapi juga sebagai pengontrol perilaku komunikasi.

Pandangan Hall mengenai perlunya komunikasi non-verbal dalam interaksi manusia, seirama dengan konsepsi pendasaran teori komunikasi lainnya yang dikemukakan oleh Sigmund Freud. Freud bahkan dengan tegas menguraikan ketidakpercayannya pada komunikasi melalui bahasa. Menurut Freud, bahasa sangat terbatas dalam mengekspresikan pikiran, asumsi, dan perasaan manusia. Freud menuduh kata-kata yang digunakan manusia justru menyembunyikan banyak hal dari apa yang seharusnya diungkapkan (Alo Liliweri, 2016: 84). Freud mengibaratkan apa yang tersembunyi dalam pikiran manusia dan tidak terungkapkan sebagai mimpi, yang mengetahui hanya si pemimpi. Seseorang yang mendengar ceritera orang lain mengenai mimpinya, hanya mengetahui dan mendengar bagian yang diceriterakannya. Aspek tertentu yang terjadi dalam mimpinya dan tidak diceriterakannya, tidak ada yang tahu, selain dirinya sendiri.

Pergumulan peran dan posisi dalam lingkungan kekuasaan secara nasional, elit politik menunjukkan perlunya membedakan diri dan kelompoknya dengan kelompok elit politik lainnya. Hal ini antara lain berkaitan dengan perbedaan identitas kultural dan faktor-faktor

keetnikan. Kecenderungan identifikasi identitas memuat sejumlah kepentingan. Kepentingan tersebut tidak saja menunjukkan kontribusi bagi kelompok yang lebih besar secara nasional, tetapi juga memperlihatkan eksistensi mereka sebagai suatu kelompok budaya. Hal ini dimungkinkan sebagai simbol dari pengakuan multikultural dari pandangan atau evaluasi masyarakat Indonesia secara keseluruhan, khususnya yang dominan secara politis dan budaya.

Dengan representasi keetnikan seperti ini, elit politik mengingatkan perlunya “membawa” atribut-atribut atau karakter dari kelompok masyarakat yang diwakilinya. Representasi keetnikan menjadi demikian cair setelah para elit memamerkan pertukaran simbol identitas melalui media massa. Dengan demikian, tidak ada penanda yang kuat untuk merepresentasikan dominasi etnik tertentu dibandingkan dengan kelompok etnik lainnya. Indonesia adalah negara yang sangat majemuk. Namun, penyebaran penduduknya tidak merata secara nasional. Kelompok etnik tertentu cenderung lebih dominan karena didukung oleh faktor-faktor demografis dan historis. Peristiwa politik bertukar pakaian daerah justru tidak mencitrakan eksklusivitas kelompok etnik tertentu.

Komunikasi politik berlangsung dalam tataran interaksi sosial. Masyarakat majemuk yang memiliki berbagai latar belakang dan kepentingan yang beragam berpotensi menimbulkan konflik sosial yang dapat mengancam integrasi sosial. Karena itu, interaksi sosial didorong untuk dapat mewujudkan kesadaran politik warga negara untuk menerima dan menghargai berbagai perbedaan-perbedaan tersebut. Masyarakat modern dicirikan oleh sifat pluralitasnya yang rawan dengan konflik kepentingan.

Dalam konteks psikologi sosial, menurut McCall dan Simmnons, transformasi identitas sosial ini berkaitan dengan identitas peran antara struktur kebudayaan dan struktur sosial. Struktur budaya suatu masyarakat berupa pola-pola persepsi, berpikir, dan perasaan, mencakup peran yang diharapkan (*role expectations*). Struktur sosial suatu masyarakat yang merupakan pola-pola perilaku sosial mencakup tampilan peran (*role performance*). Identitas peran diletakkan di atas dan ditentukan oleh peran dalam struktur sosial dan struktur budaya (Liliweri, 2005: 41).

Pakaian tidak sekedar berfungsi untuk melindungi tubuh dari cuaca dan menutupi bagian-bagian tertentu dari badan manusia, tetapi juga menjadi penanda entitas dan identitas dalam kehidupan sosial. Pakaian, menurut Nordhot dalam Barnard (2009: ix) dapat

dimetaforakan sebagai “kulit sosial dan budaya”. Pakaian memberi ciri bagi pemakainya, menandainya dari luar sebagai entitas yang berasal dari kelompok atau komunitas tertentu. Dalam praktik politik, penanda artifaktual seperti pakaian tidak saja menunjukkan identitas yang memberi kesan berbeda, tetapi juga simulasi ideologis. Ketika seorang pemimpin negara menandai dirinya dengan atribut kedaerahan, bisa dimaknai sebagai ekspresi politis sederhana, bahwa seorang pemimpin nasional sejatinya berasal dari lingkup yang lebih kecil (daerah). Pemimpin politik pada level nasional perlu menyadari bahwa kekuatan nasional sesungguhnya ditentukan oleh kekuatan daerah yang beragam, menyatu, dan oleh karenanya kuat. Pemimpin nasional dengan atribut daerah bisa juga ditafsirkan sebagai upaya elit untuk memproduksi kesan yang lebih positif dari publik bahwa di antara elit dan publik tidak berjarak. Kesan kedekatan antara warga negara dan pemimpin akan mendukung bangkitnya partisipasi publik dalam proses-proses politik dan ekonomi.***

KEPUSTAKAAN

- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta; Rajawali Pers.2009.
- Haryatmoko. *Dominasi Penuh Muslihat: Akar Kekerasan dan Diskriminasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.2010.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.2007.
- Kaid, Lynda Lee. *Handbook Penelitian Komunikasi Politik* (Terjemahan Ahmad Asnawi). Bandung: Nusamedia. 2015.
- Liliweri, Alo. *Pengantar Studi Kebudayaan*. Bandung: Nusa Media. 2014.
- . *Konfigurasi dasar Teori-teori Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Nusa Media. 2016.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (Terjemahan Tri Wibowo). Jakarta: Kencana.2016.
- McNair, Brian. *Pengantar Komunikasi Politik* (Terjemahan Imam Muttaqien). Bandung: Nusamedia. 2015.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi: Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: Remaja RosdaKarya. 2013.
- Pawito, *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.2009.

- Semetko, Holli A. dan Margaret Scammell (ed). 2016. *Handbook Komunikasi Politik* (Terjemahan GOR Lamahu). Bandung: Nusamedia.
- Sen, Krishna dan David T. Hill. 2000. *Media, Budaya, dan Politik di Indonesia* (Terjemahan Sirikit Sah). Jakarta: ISAI.